



Foto por Banco Mundial

## Estrategias de abastecimiento: una pieza fundamental en el rompecabezas del sistema agroalimentario

La pandemia ha modificado los entornos alimentarios en los que los hogares toman sus decisiones de consumo, afectando la alimentación de los hogares y el resto del sistema.



En las últimas décadas, los sistemas agroalimentarios latinoamericanos, y de gran parte del resto del mundo, han venido experimentando profundos procesos de transformación en la manera en la que los alimentos se producen, pero, sobre todo, en la manera en la que se procesan, se distribuyen e incluso se consumen. Aunque con diferentes ritmos y magnitudes, muchos de estos cambios han estado asociados con los procesos que se han dado en la región de urbanización, de globalización e incremento de los flujos de inversión extranjera directa, además, de la modificación de los hábitos de consumo como resultado de aumentos en los ingresos y de la incorporación de la mujer a la fuerza laboral (Reardon et al., 2019).

Todos estos factores han impulsado la aparición de nuevos actores en el sistema agroalimentario y la forma en la que estos se articulan. En este sentido, cabe prestar especial atención al crecimiento y consolidación del sector mayorista

y de los mayoristas especializados, de la industria agro-procesadora y de los supermercados, todos estos nuevos actores han estado fuertemente vinculados con el aumento de la inversión extranjera y la multinacionalización (Reardon, Barrett, Berdegue y Swinnen, 2009). A su vez, estos actores han ido adoptando nuevas estrategias de suministro basadas en la implementación de estándares privados de calidad y la consolidación de una mayor coordinación vertical entre los actores vía contratos y otro tipo de herramientas, alejándose así de los tradicionales estándares públicos de calidad y de los mercados espontáneos (Ibíd.).

Estas transformaciones se han producido a un ritmo desigual entre regiones y países, pero también entre productos y entre territorios al interior de los países, derivando en una gran complejidad. En un intento de simplificación, podríamos hablar de varios tipos o etapas de sistemas alimentarios (Reardon et al. 2019; Gómez y Ricketts, 2013; HLPE, 2017):





Los sistemas agroalimentarios latinoamericanos tienen carácter dual, con componentes de sistemas modernos y tradicionales, que coexisten en diferentes grados.

- Un primer **sistema tradicional** caracterizado por cadenas espacialmente cortas a través de las cuales los pequeños productores suministran a intermediarios y vendedores en mercados espontáneos.
- Un **sistema moderno** globalizado en el que los supermercados concentran la oferta de alimentos al proveerse directamente de procesadores, mayoristas especializados o productores altamente comerciales coordinados mediante estándares y contratos.
- Un **sistema transicional** en el que coexisten cadenas de valor tradicionales y modernas, así como existen cadenas híbridas que mezclan actores modernos que intervienen en mercados espontáneos y productores pequeños que se conectan directa o indirectamente con procesadores y mayoristas especializados.

La realidad en los países de la región es más cercana a ese sistema transicional. Por un lado, la agricultura familiar concentra la gran mayoría de la tierra productiva y produce una significativa fracción de los alimentos consumidos a nivel nacional (Leporati et al., 2014), al mismo tiempo que los mercados locales siguen siendo la fuente de abastecimiento principal para una gran proporción de hogares. Por otro lado, la liberalización de las economías ha sido profunda y la entrada de nuevos actores, fuerte. El caso de la “revolución de los supermercados” es un buen ejemplo.

Los supermercados, como promotores insignia de la transformación de los sistemas alimentarios, han logrado constituirse como un actor clave en la escena agroalimentaria latinoamericana. Con una expansión en olas a lo largo de tres ejes (de lo urbano a lo rural, de los grupos socio-económicos más ricos a los más pobres y de los productos envasados hacia los productos frescos), los supermercados han venido ganando terreno en la distribución de productos alimentarios hasta ser un distribuidor clave en las estrategias de abastecimiento de los hogares (Reardon y Berdegú, 2002). Ante esta conquista, los perdedores han sido los canales tradicionales de distribución con el cierre de tiendas locales y la pérdida de participación de los mercados tradicionales (Ibíd.).

Este crecimiento del sistema moderno, junto con la contracción del sistema tradicional, ha traído consigo una serie de cuestionamientos en torno al impacto sobre la alimentación de los hogares y los medios de vida de los pequeños productores. En primer lugar, los supermercados ofrecen mayor variedad de productos y en ocasiones con mayor trazabilidad y cumplimiento de estándares de calidad, pero también a un costo mayor que limita el acceso a los grupos más vulnerables (D’Hease, Van den Berg, y Speelman, 2008; Figuié y Moustier, 2009; Guarín, 2013; Minten 2008). Además, los supermercados, cuya cuota de mercado es especialmente alta para los alimentos preparados y procesados, se asocian con un mayor consumo de productos ultra procesados y de mayores cantidades de azúcar, sodio y grasas que empeoran las dietas de las personas y sostienen el incremento de la prevalencia de la obesidad en la región (FAO, OPS, WFP y UNICEF, 2019).

Por otro lado, la relación entre los supermercados y los pequeños productores, fundamentales en el tejido social y económico de las zonas rurales, resulta complicada. Si bien existen ejemplos en lo que se han logrado desarrollar positivas conexiones entre pequeños productores y supermercados (Humphrey, 2007; Reardon y Berdegú, 2002), resulta claro que, en términos generales, los productores de menor tamaño enfrentan importantes dificultades para cumplir con los estándares y los requisitos de los supermercados, quedando excluidos de estos nuevos

circuitos y sistemas (Berdegú, Balsevich, Flores y Reardon, 2005; Dolan y Humphry, 2000; Farina, Gutman, Lavarello, Nunes y Reardon, 2005; Ghezán, Mateos y Viteri, 2002).

En consecuencia, una alta proporción de los productores y consumidores más vulnerables dependen en la actualidad de canales de abastecimiento tradicionales y encuentran notables barreras para transitar hacia los canales modernos que continúan expandiéndose (Intini, J., Jacq, E., Torres, D, 2019). Esta situación urge, ante la pandemia del COVID-19, a examinar más de cerca la manera en la que el abastecimiento se ha visto afectado en estos distintos canales, la forma en la que los hogares han modificado sus estrategias de adquisición de alimentos y las consecuencias que esto pueda tener en el mediano plazo para consumidores y productores.

En el presente análisis de coyuntura, se muestran datos procedentes de la Encuesta de Seguridad Alimentaria y Alimentación, aplicada por Rimisp en 10 territorios latinoamericanos. Los datos recogen información sobre las estrategias de abastecimiento de los hogares y la manera en la que el consumo ha variado como consecuencia de la pandemia. Adicionalmente, se presentan asimismo datos sobre la tendencia en la compra de alimentos frescos a domicilio, siendo esto sin duda una de las principales transformaciones que la pandemia ha acelerado.

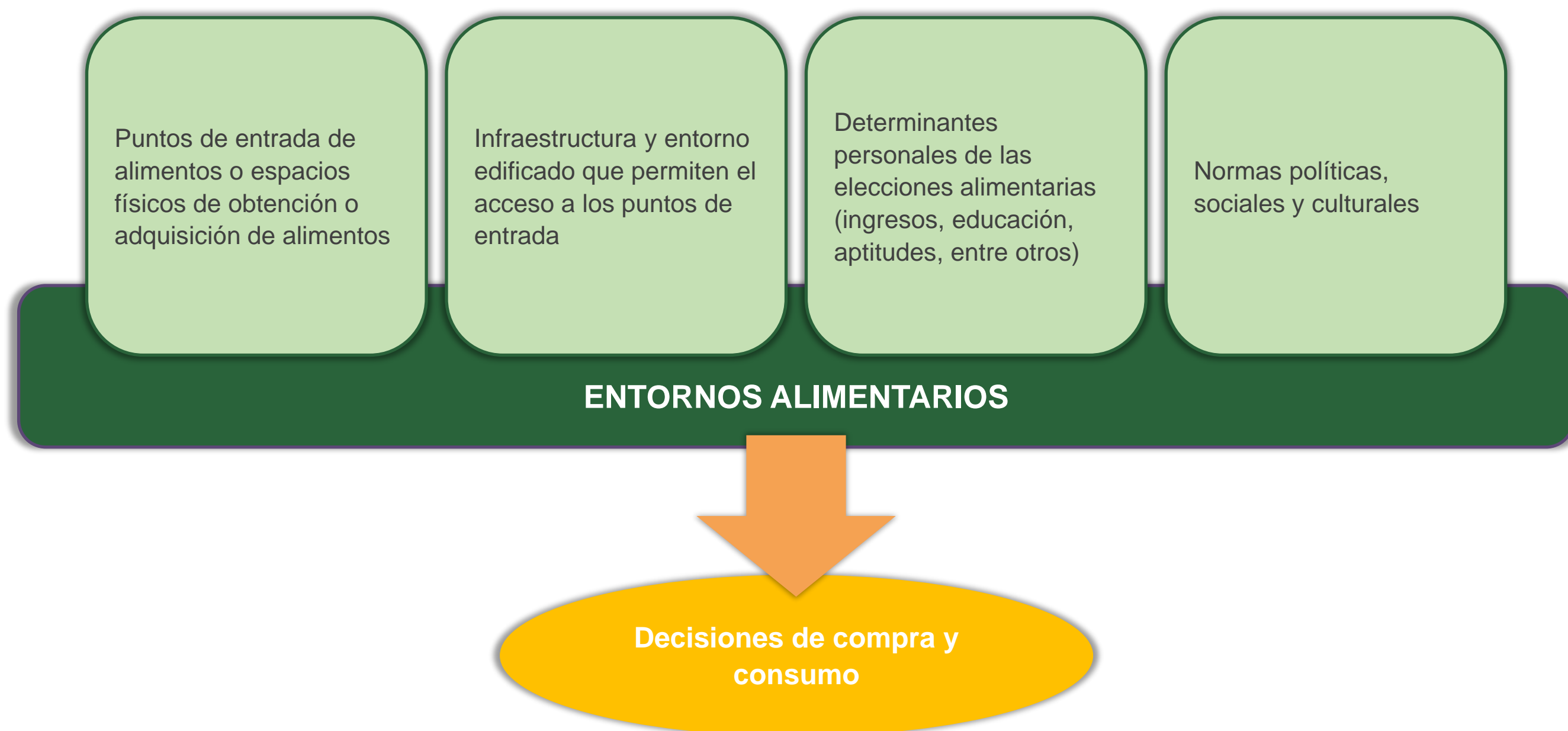
### Canales de abastecimiento y pandemia

A un año de la irrupción del COVID-19 en la región, no hay duda de que la pandemia ha impactado fuertemente la alimentación de los hogares. Partiendo por la inicial incertidumbre en torno al abastecimiento y las compras de pánico que desató, muchos son los factores que han impactado el acceso físico y económico de los hogares a los alimentos. Si bien el factor económico se delinea como el de mayor gravedad, las restricciones a la movilidad y las disrupciones de algunos canales de distribución también se suman a la lista de obstáculos que los hogares enfrentan para asegurar una alimentación y nutrición sanas y adecuadas. Estos obstáculos se pueden concebir como cambios en los entornos alimentarios, entendiendo estos como los contextos físicos, económicos, políticos y socio-culturales en los que los consumidores interactúan con el sistema alimentario y que determinan sus decisiones alimentarias (HLPE, 2017).

Así, las estrategias de abastecimiento que adoptan los hogares dependen de los puntos de entrada específicos disponibles en los territorios y de sus características de proximidad, nivel de precios, calidad, etc. (Figura 1). Pero, naturalmente, las decisiones también dependen de la capacidad de las personas de transportarse hasta ellos, de sus ingresos y preferencias, así como de las normas sociales, culturales y políticas que rijan en cada uno de los contextos particulares. La pandemia ha impactado sobre varios de estos factores, dando pie a cambios en las decisiones de compra y de consumo. En este sentido, Cano, Albacete y Quesada (2021) registran, en un análisis de coyuntura anterior, tendencias en la región hacia la reducción del consumo de carne y de pescado y de frutas frescas y verduras, así como un aumento en el consumo de alimentos preparados y envasados, como estrategia de adaptación a una significativa pérdida de ingresos y destrucción de empleo en los territorios.

Una alta proporción de los productores y consumidores más vulnerables dependen en la actualidad de canales de abastecimiento tradicionales

**Figura 1. Entornos alimentarios**



Fuente: elaboración propia con base en HLPE (2017).

A continuación, planteamos algunas hipótesis sobre una serie de posibles impactos que se han podido producir en los territorios a raíz de la pandemia, así como la respuesta de adaptación esperada por los hogares. Resulta interesante destacar que, en la conceptualización de los impactos, encontramos respuestas posibles que en ocasiones se contradicen, apuntando a una interacción entre distintas fuerzas que puede derivar en múltiples escenarios dependiendo de las características de cada uno de los hogares y los contextos territoriales en los que se insertan.

- **Disrupción de puntos de entrada físicos.** Las limitaciones de movilidad, con confinamientos perimetrales e incluso cuarentenas estrictas, pero también otro tipo de restricciones y de temores al contagio, suponen una amenaza para el correcto funcionamiento de algunos canales de distribución. Especialmente vulnerables son los canales tradicionales, menos coordinados verticalmente y dependientes de los mercados espontáneos. Así, durante los meses de junio, julio y agosto se registró una cierta disminución de la oferta en los mercados mayoristas latinoamericanos junto con una reducción del número de compradores minoristas (FAO y FLAMA, 2020a; FAO y FLAMA, 2020b). En esta misma línea, Nielsen (2020) también detecta la afectación de las tiendas locales, registrando cierres entre un número no menor de tenderos. Finalmente, también se han registrado disrupciones, aunque estas han tendido a ser puntuales, en la organización de ferias libres, con restricciones de horarios y frecuencias. Consecuencia de esta afectación de los canales tradicionales y de la incertidumbre alrededor de su funcionamiento y abastecimiento, se podría esperar una tendencia hacia una mayor adquisición de alimentos en supermercados, establecimientos que, por lo general, se han visto menos afectados por la incertidumbre en cuanto a su funcionamiento.
- **Limitaciones de desplazamiento de los consumidores.** Las limitaciones de la movilidad también han afectado a los consumidores, especialmente a aquellos en zonas más aisladas y dependientes de un transporte público afectado por la pandemia.

Es por tanto esperable que los hogares hayan preferido el comercio más cercano, priorizando la producción propia o local, así como las tiendas de barrio.

- **Pérdida de ingresos.** Las importantes y generalizadas caídas de ingresos y la reducción del número de perceptores en los hogares (Cano et al., 2021) suponen una importante presión sobre el presupuesto de las familias para alimentación. Este fenómeno se ve reflejado en la fuerte reducción de productos más costosos como la carne y el pescado y el aumento del consumo de productos más calóricos y a menor precio como son los alimentos preparados y empacados. Así, también se espera que los hogares hayan adaptado sus estrategias de abastecimiento para responder a la erosión del poder adquisitivo, optando por canales de compra con un perfil de precios más bajo. En este sentido, los supermercados, si bien han avanzado hacia la oferta de precios menos costosos, están asociados a mayores precios, especialmente en los productos frescos. En el caso de los territorios chilenos, por ejemplo, es posible observar que los precios de las hortalizas en los supermercados fueron, en 2020, un 45% y 24% más altos en los supermercados que en las ferias libres, en La Araucanía y Los Lagos, respectivamente<sup>1</sup>. Además, es posible observar que el 63% y 58% de los productos presentaron un precio al menos 10% mayor en los supermercados y en 15% y 10% de los productos, el precio en los supermercados fue el doble o más<sup>2</sup>. Para Colombia, Guarín (2013) encuentra también precios significativamente más altos en supermercados que en cualquier otro canal de distribución.

Con base en los niveles diferenciados de precios de los canales de distribución, surge la hipótesis de una tendencia hacia un mayor consumo en ferias y mercados locales en detrimento del consumo en supermercados. Mención aparte merecen las tiendas locales, las cuales, si bien presentan un perfil de precios intermedio, pueden ofrecer posibilidades de créditos informales de consumo que atraen a los consumidores más vulnerables.

<sup>1</sup> Los datos proceden del monitoreo de precios de alimentos de ODEPA, comparando los precios registrados en 2020 en supermercados y ferias libres en los territorios para aquellos productos identificados en ambos canales. Para la comparación se tiene en cuenta el tipo de producto, la variedad, la calidad, la unidad y el sector en el que se registra el precio.

<sup>2</sup> Ídem.



- **Preocupación por la higiene y temor al contagio.** El temor al contagio de COVID-19 ha generado una mayor preocupación por evitar espacios en los que se produzcan aglomeraciones, así como una mayor conciencia sobre la desinfección y la higiene en los puntos de compra de los alimentos. En este sentido, más del 90% de los hogares en cada territorio considera la higiene y las medidas sanitarias en los puntos de venta como importantes o muy importantes para la decisión del lugar de compra, resultando esta una característica más relevante para los hogares que otras, como que sea un producto local, que sea producido de una manera amigable para el medio ambiente o que exista la posibilidad de comprar a crédito o fiado<sup>3</sup>.

A pesar de las medidas que han adoptado las ferias y mercados locales para garantizar la seguridad sanitaria (FAO, 2020), la mayor importancia otorgada por los hogares a los factores que limiten el riesgo de contagio puede inclinar la balanza hacia los supermercados y establecimientos similares que se perciban con mayor capacidad de controlar los aforos, evitar aglomeraciones y garantizar la sanitización de las instalaciones.

Ante este escenario, se hace necesaria la indagación empírica con el fin de poder vislumbrar las tendencias generales en la forma en la que se están viendo afectadas las estrategias de abastecimiento de los hogares. En lo que sigue, tratamos de contribuir a esta tarea con base en los resultados de la Encuesta de Seguridad Alimentaria y Alimentación, aplicada en 10 territorios latinoamericanos a fines de 2020 y comienzos de 2021.

### Reducción del consumo y un mosaico de transformaciones

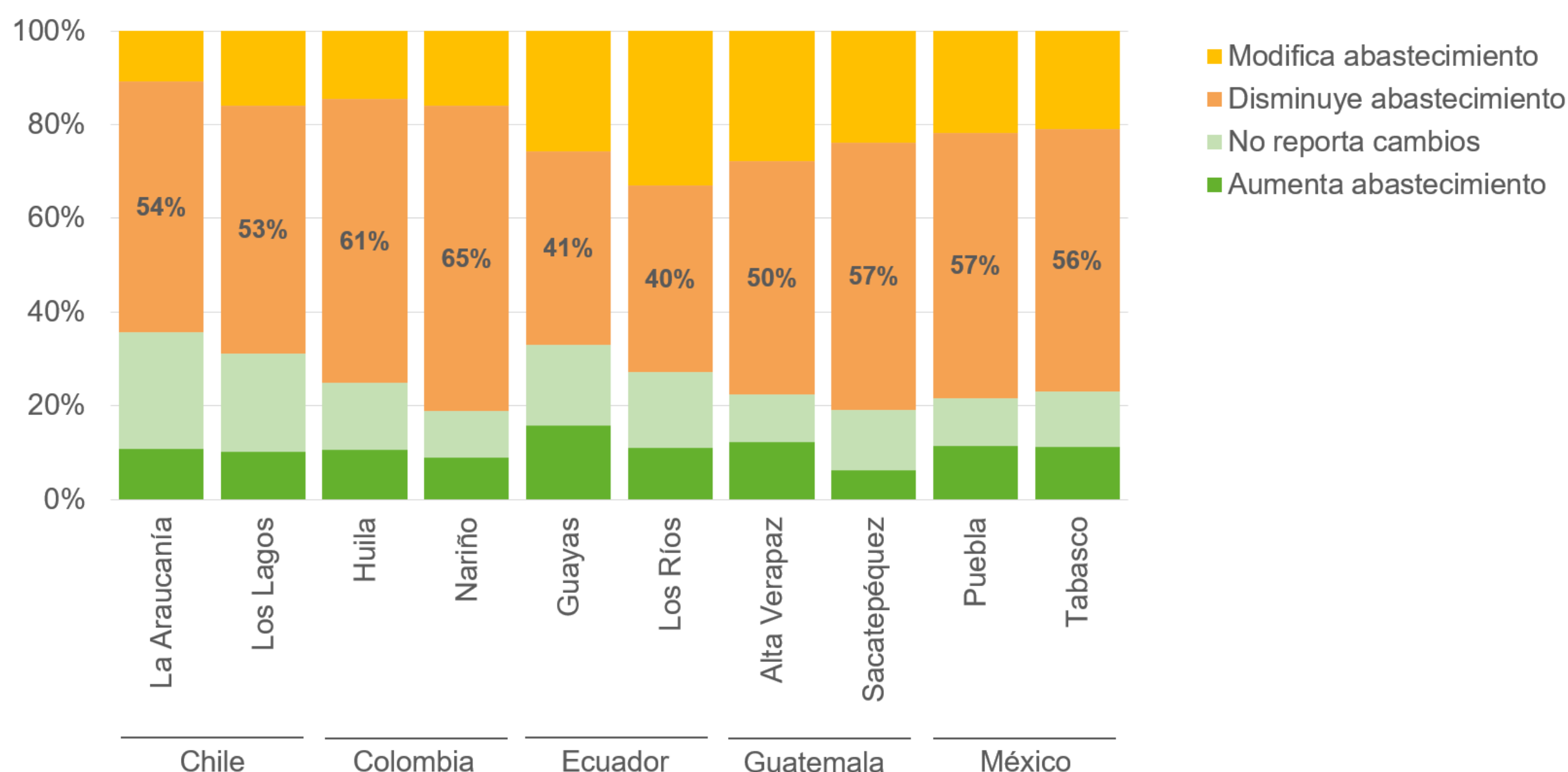
El impacto económico de la pandemia se ve reflejado en las grandes proporciones de hogares que reportan haber perdido ingresos e incluso perceptores de ingresos entre los miembros del hogar. Esto, a su vez, ha

empujado a los hogares a modificar su alimentación, reduciendo el consumo de carne y pescado, pero también de frutas y verduras frescas (Cano, Albacete y Quesada, 2021). Consecuentemente, el consumo en los distintos canales de distribución no ha permanecido inalterado y los cambios registrados evidencian también la fuerte presión sobre los presupuestos familiares para la adquisición de alimentos.

Ante la pregunta de cómo la pandemia ha afectado la adquisición de alimentos a través de distintas alternativas o canales, de entre los que se consideran supermercados, mercados o ferias, tiendas locales, compra directa a productores y producción propia, entre 40% y 65% de los hogares registran una reducción del consumo a través de esos canales. Esto quiere decir que estos hogares reportan haber reducido su compra en uno o varios canales de abastecimiento, incluyendo la producción propia, sin que aumente en ningún otro canal. Por el contrario, y como es de esperar, tan solo el 10% de los hogares encuestados ha registrado un aumento de la adquisición de alimentos en uno o más canales, sin haber reportado contracciones de consumo en ninguno de los otros canales contemplados. Si bien esta cifra varía entre 6% y 16% entre los territorios de la encuesta, en todos ellos se trata de una proporción relativamente pequeña de hogares. Existen varios factores que pueden explicar el aumento en la adquisición de alimentos entre estos hogares. En primer lugar, hay hogares que a pesar de la pandemia han registrado incrementos en sus ingresos, pudiendo así expandir su consumo. Además, en algunos casos esta tendencia puede estar relacionada con la reversión de los patrones de migración con el regreso de algunos miembros de las familias y, especialmente, con la reducción de la alimentación fuera del hogar, como en colegios, puestos de trabajo o restaurantes.

Junto a los hogares que disminuyen o aumentan su abastecimiento de alimentos, resulta de especial interés observar qué ocurre con el resto de los hogares. En este sentido, entre 10% y 25% de los hogares no reporta ningún cambio en su estrategia de obtención de los alimentos. El resto de los hogares, entre 11% y 33% dependiendo del territorio, sí

**Figura 2. Impacto de la pandemia sobre los canales de abastecimiento de los hogares**



Fuente: elaboración propia.

<sup>3</sup> Datos procedentes de la Encuesta de Seguridad Alimentaria y Alimentación de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.



# 33%

de los hogares en la provincia de Los Ríos (Ecuador) han modificado sus estrategias de abastecimiento

muestran, sin embargo, adaptaciones de sus decisiones de abastecimiento al contexto de crisis generado por la pandemia, aumentando el consumo en uno o más canales y disminuyéndolo en otros. La proporción de hogares que han modificado sus estrategias es particularmente alta en Ecuador, aunque en los territorios de México y Guatemala estos hogares también constituyen más de 20%, apuntando a una significativa reconfiguración de la forma en la que los hogares adquieren sus alimentos. Por su parte, en Chile y en Colombia, la magnitud de estas transformaciones parece ser menor, aunque con proporciones que rondan el 15%, no pueden ser infravaloradas.

La Encuesta de Seguridad Alimentaria y Alimentación nos permite estudiar 20 posibles cambios en las estrategias de abastecimiento de los hogares<sup>4</sup>, entendidos estos como aquellos casos en los que los hogares reportan reducir compras en un canal y aumentarlas en otro diferente. Al analizar estos cambios, se destaca la multitud de cambios identificados, registrándose en cada uno de los territorios todas las modificaciones posibles, incluyendo aquellos cambios opuestos. Esta situación evidencia la diversidad en los entornos alimentos en los que se insertan los hogares, moldeados en gran parte por las propias preferencias y las condiciones económicas de las familias. Así, ante un fenómeno global como la pandemia, el impacto puede ser extremadamente diferente dependiendo de las circunstancias de los individuos y también lo son, en consecuencia, sus respuestas y estrategias.

No obstante, sí es posible delinear ciertas tendencias en los territorios y en los países. En este sentido, destaca la redirección del consumo hacia las tiendas locales en México, Guatemala y Colombia. En los territorios de estos países, entre 41% y 60% de aquellos hogares que modifican sus estrategias de abastecimiento de alimentos aumentan las compras en las tiendas locales, mientras que reducen la adquisición procedente de otros canales. Resulta preocupante e intrigante que, entre los hogares encuestados de Nariño, Puebla, Tabasco y Alta Verapaz, el cambio de estrategia más frecuente resulta ser la disminución de la producción propia como fuente de abastecimiento y el aumento de las compras en tiendas locales. Aunque se hace necesario profundizar en el entendimiento de este resultado, el incremento del precio de los insumos agrícolas, las limitaciones en el acceso a financiamiento para la producción y las facilidades de pago comúnmente otorgadas por las pequeñas tiendas locales ofrecen algunas luces para la interpretación de estos cambios en las estrategias de adquisición de alimentos. También, se puede deber al aumento del monocultivo que ha afectado el conocimiento de la siembra y producción de alimentos para el consumo propio. En este sentido, los resultados de la encuesta muestran una asociación estadísticamente significativa entre el endeudamiento de los hogares para la compra de alimentos y un mayor consumo en tiendas.

Cabe matizar que, si bien la reducción de la producción propia aparece como importante, en términos generales hay otros canales que han registrado mayor caída como resultado de los cambios en las estrategias de abastecimiento. Así, en los territorios de Puebla, Tabasco y Huila, más de la mitad de los hogares que han cambiado su manera de abastecerse lo han hecho reduciendo las compras en supermercados e incrementando su participación en otros canales. Por su parte, en Sacatepéquez, las modificaciones en los entornos alimentarios han llevado a los mercados locales a ser los más perjudicados. Para el 56% de los hogares de este departamento guatemalteco el cambio de estrategia ha implicado una reducción de las compras en mercados, aumentando sobre todo la compra en tiendas. Finalmente, en los territorios de Alta Verapaz y Nariño sí ha sido la producción propia el canal de abastecimiento con la mayor reducción. Así, la reducción de la obtención de alimentos mediante la producción propia y el incremento de la compra en tiendas es una estrategia reportada por aproximadamente 10% de los hogares de Alta Verapaz y Nariño, representando esto casi la mitad de todos aquellos que modifican sus estrategias.

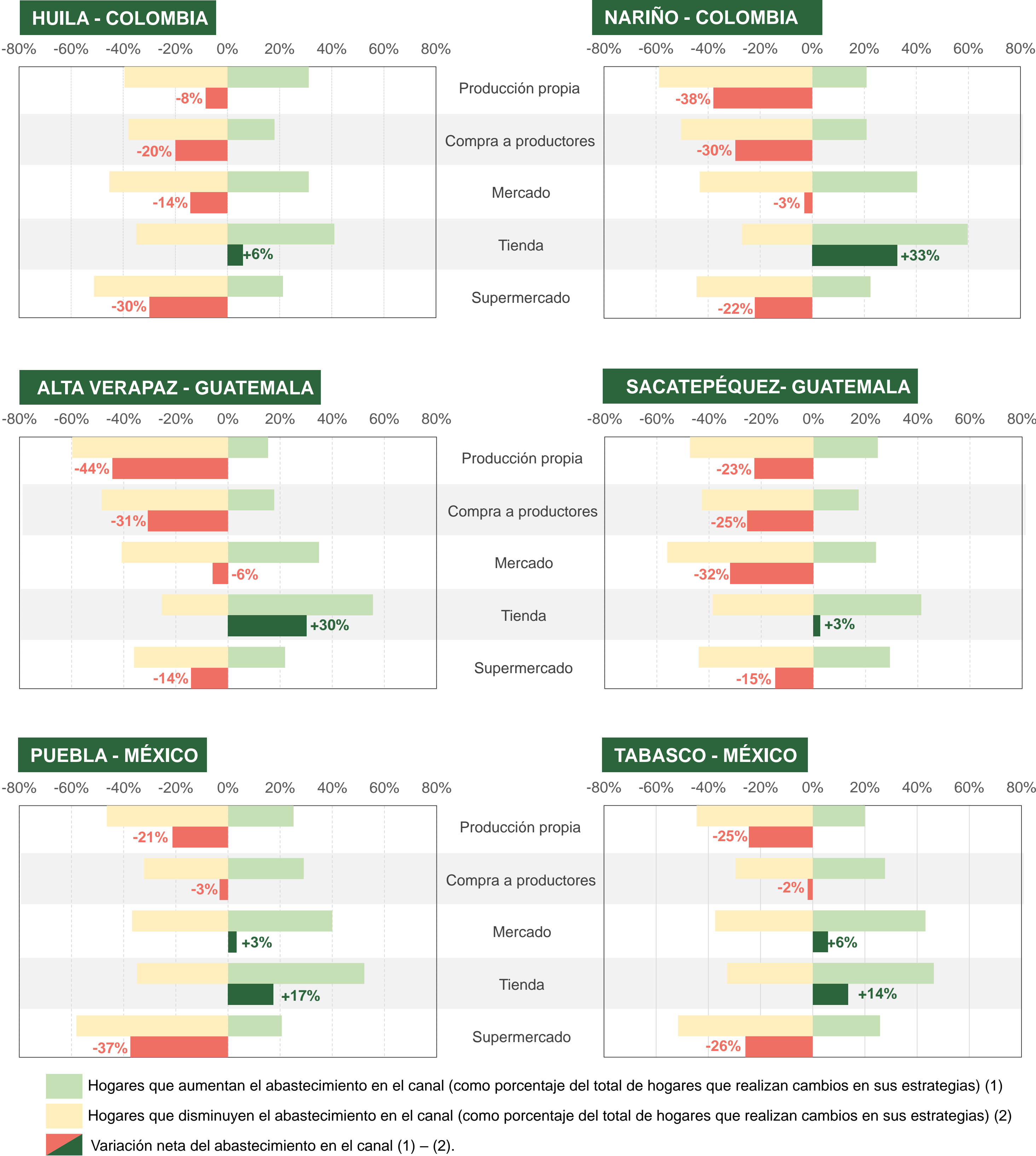


Foto por: Charlotte Kesl

<sup>4</sup> La Encuesta recoge información sobre cinco canales de obtención de los alimentos: producción propia, compra directa a productores, compra en mercados locales, compra en tiendas locales y compra en supermercados. Considerando dos direcciones para cada combinación (aumento en uno y reducción en otro y viceversa), son 20 las combinaciones posibles.



**Figura 3. Tendencia hacia una mayor compra de alimentos en tiendas locales entre los hogares que modifican sus estrategias de abastecimiento en Colombia, Guatemala y México**



El escenario es notablemente diferente en Ecuador y Chile, donde las transformaciones en las estrategias de los hogares han favorecido un acortamiento de las cadenas de adquisición de alimentos.

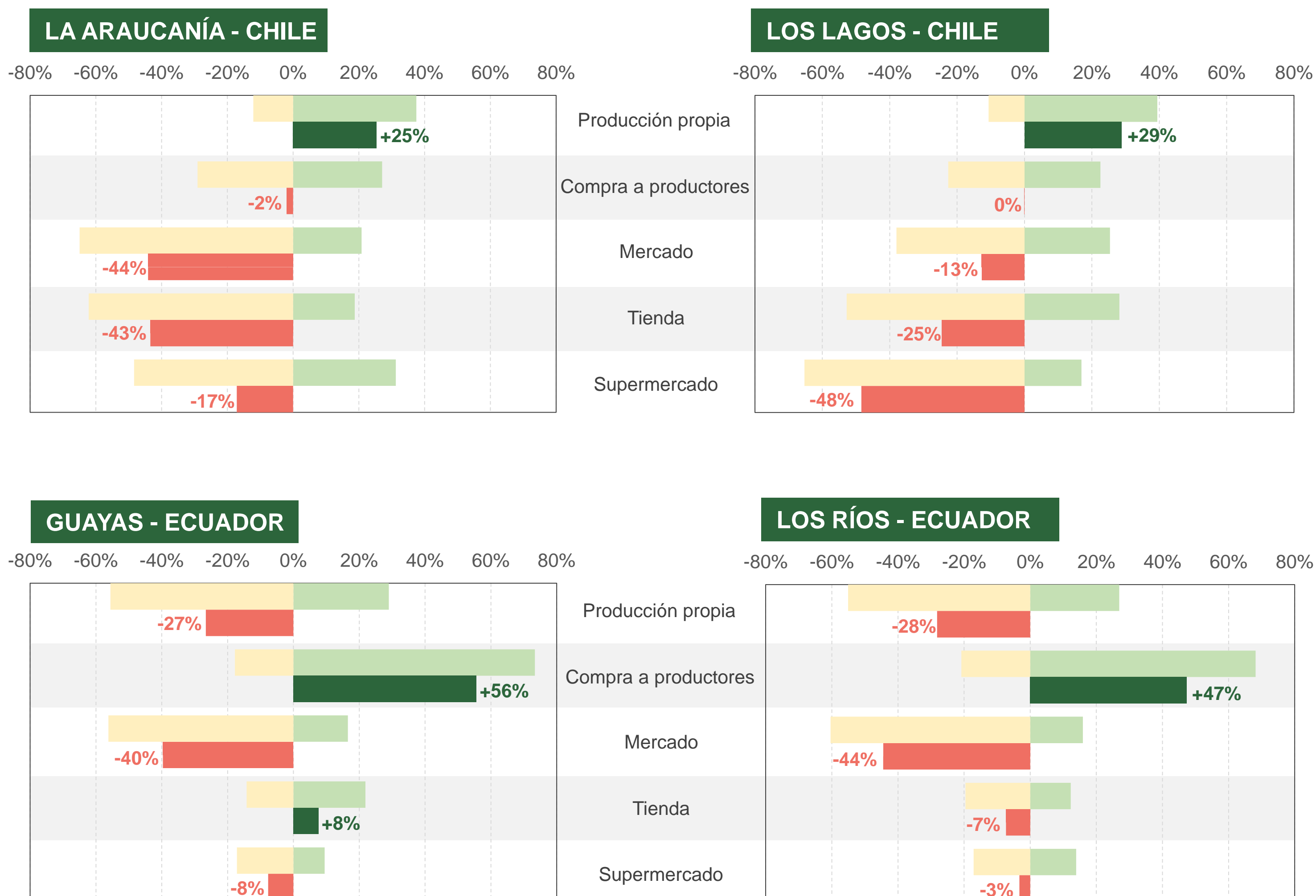
En Ecuador, aquellos hogares que han modificado sus estrategias de adquisición de alimentos (26% en Guayas y 33% en Los Ríos) han buscado el abastecimiento a través de la compra directa a productores. Así, 68% y 73% de los hogares en Los Ríos y Guayas, respectivamente, que han cambiado sus estrategias han aumentado la compra directa a productores. En su mayoría, estos consumidores han dejado de o han reducido la compra en los mercados locales, siendo este cambio el más frecuente en ambos territorios y los mercados, el canal de abastecimiento que mayor reducción ha registrado.

Por último, en Chile, las transformaciones se han dado principalmente hacia una mayor producción propia, apuntando a una revalorización de

las huertas caseras y su rol en la alimentación de la familia. Estos cambios se han producido a costa de una reducción de la compra en los canales de abastecimiento más comerciales. En este sentido, en la región chilena de Los Lagos, se observa una clara tendencia de regreso a los canales tradicionales, en la que las mayores reducciones se han producido en los supermercados, seguidos de las tiendas locales y de los mercados. En La Araucanía, los cambios son similares, aunque se destaca la fuerte caída de la compra en mercados, por encima de la reducción del consumo en supermercados.

Este análisis del impacto de la pandemia sobre las estrategias de abastecimiento de los hogares arroja dos mensajes clave. El primero de ellos apunta a una disminución de la demanda y adquisición de alimentos en todos los territorios, con una proporción considerable de los hogares reportando una reducción absoluta de la adquisición de

**Figura 4. Acortamiento de las cadenas en las estrategias de abastecimiento de los hogares que modifican sus estrategias en los territorios de Chile y Ecuador**



- Hogares que aumentan el abastecimiento en el canal (como porcentaje del total de hogares que realizan cambios en sus estrategias) (1)
- Hogares que disminuyen el abastecimiento en el canal (como porcentaje del total de hogares que realizan cambios en sus estrategias) (2)
- Variación neta del abastecimiento en el canal (1) – (2).



En Ecuador y Chile, las transformaciones en las estrategias de los hogares han favorecido un acortamiento de las cadenas de adquisición de alimentos.

alimentos en los canales considerados a raíz de la pandemia. Junto a las evidentes consecuencias que esto tiene para la seguridad alimentaria de los hogares, a menos que logren compensar las reducciones en estos canales a través de otros canales no considerados (tales como asistencia alimentaria o intercambios fuera del mercado), la disminución de la demanda puede repercutir fuertemente no sólo en los trabajadores directos en estos canales, sino a todos aquellos actores involucrados en el sistema agroalimentario. En términos agregados, este impacto se puede también observar en la caída registrada del PIB y el empleo del sector alimentario en la región en 2020 (FAO y CEPAL, 2020).

El segundo mensaje enfatiza la importancia de las estrategias de abastecimiento de los hogares para asegurar la alimentación, así como su sensibilidad ante cambios en el entorno. Una proporción no menor de hogares responde ante la pandemia no sólo modificando sus dietas, sino también adaptando sus estrategias de adquisición de alimentos. Como punto final de las cadenas alimentarias, estos cambios en el consumo y la demanda, rápidos y en algunos casos también profundos, muestran así potencial de transmitir el impacto de la pandemia verticalmente hacia puntos de distribución y hasta la producción. En cuanto a la dirección de estos cambios, detectamos transformaciones en todos los sentidos, entendiendo que estas dependen de los entornos y contextos particulares de los hogares. No obstante, dos tendencias aparecen con mayor fuerza: el mayor consumo en tiendas locales, posiblemente por su facilitación de compras pequeñas, cotidianas y fiadas, y el acortamiento de las cadenas que radica en la compra directa a productores y en la producción propia. En ningún caso, además, se detecta un incremento significativo de la compra en supermercados, apuntando a que los criterios de accesibilidad, tanto física como económica, han pesado más en las decisiones de los hogares.

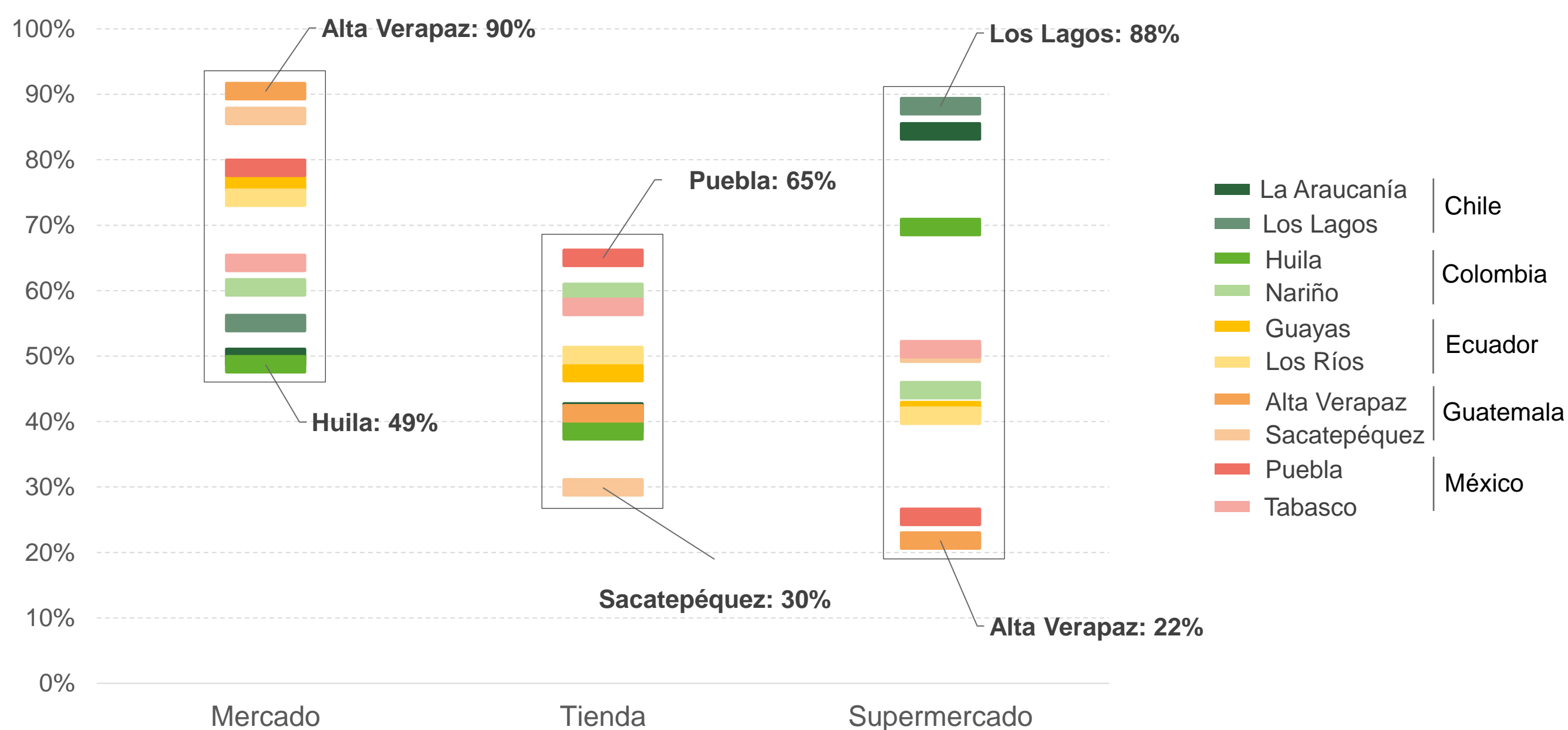
### Prevalencia del canal tradicional con diferentes grados de presencia de los supermercados

Una vez estudiadas las transformaciones y las tendencias que se han producido a raíz de la pandemia, cabe preguntarse cuáles son actualmente las principales estrategias de abastecimiento de los hogares en los territorios. La Figura 6 muestra los principales canales de adquisición de alimentos que los hogares emplean para abastecerse y refleja importantes diferencias entre grupos de productos y entre territorios.

Las diferencias entre los productos se evidencian en el distinto grado de prevalencia de los mercados y los supermercados. Esto es, si consideramos el carácter perecible de los productos, observamos un claro retroceso de los mercados y un avance de los supermercados a medidas que nos movemos desde las frutas y las verduras hasta los alimentos preparados o empacados. Así, entre 31% y 77% de los hogares, según cada territorio, adquieren sus frutas en mercados, siendo estas cifras algo superiores para la compra de verduras. En el otro extremo, tan sólo entre 2% y 30% de los hogares adquieren productos preparados o envasados en mercados, productos que los hogares tienden a adquirir típicamente en supermercados o en tiendas locales. No obstante, resulta importante destacar que en los territorios existe una notable proporción de hogares, entre 17% en las provincias ecuatorianas de Guayas y Los Ríos y 48% en el departamento colombiano del Huila, que reportan no consumir productos de este tipo.

Más allá de las diferencias entre productos, ya documentadas en la literatura sobre la expansión de los supermercados, resulta especialmente interesante destacar las diferencias entre los territorios, a veces incluso entre territorios del mismo país. Estas diferencias señalan la existencia de diferentes configuraciones del sistema alimentario en cada uno de los entornos alimentarios considerados, con distintos pesos relativos de los sistemas modernos y tradicionales que se contemplaron al inicio de este análisis de coyuntura.

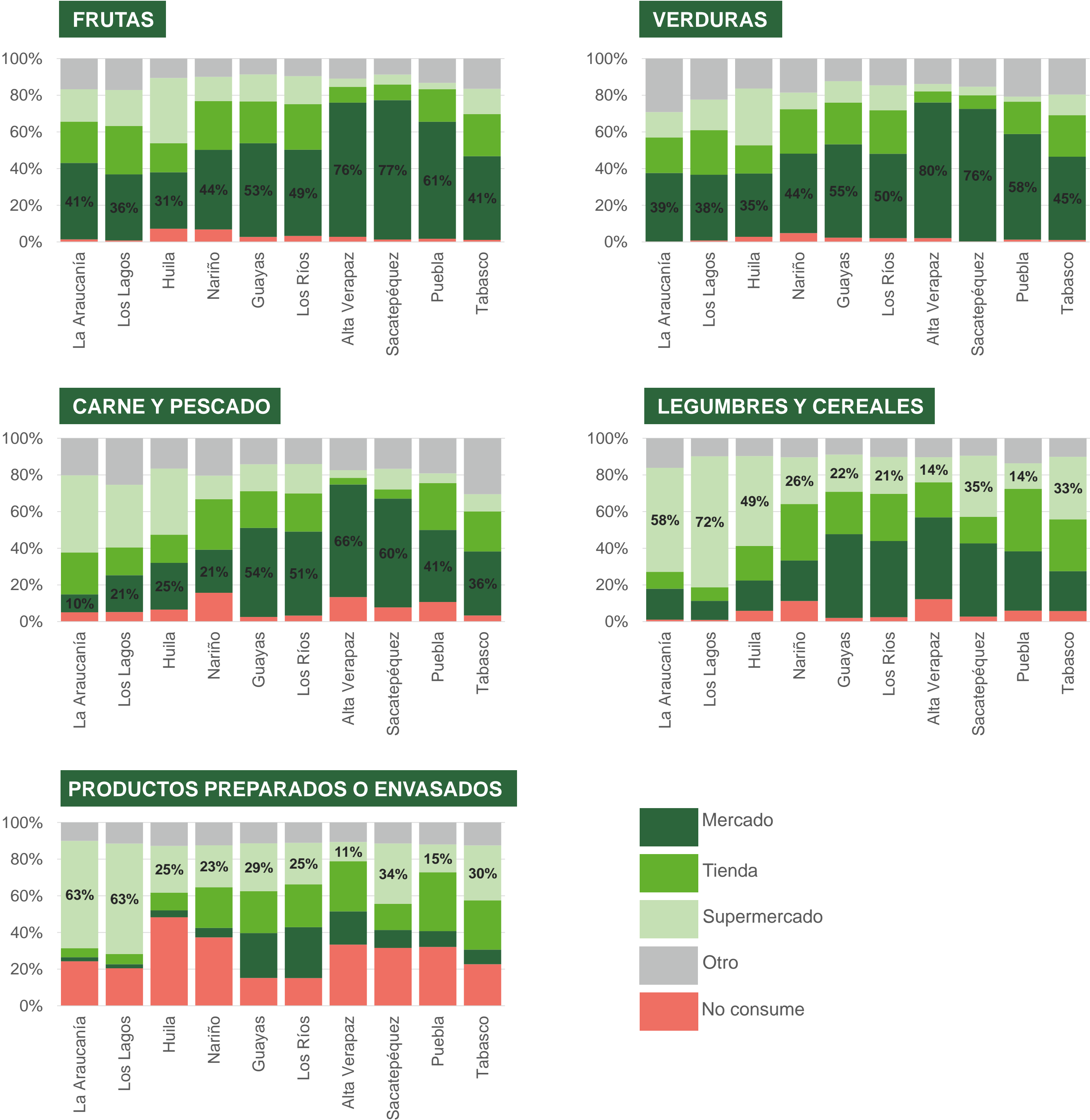
**Figura 5. Porcentaje de hogares que realiza compra de al menos un tipo de producto en canales de abastecimiento seleccionados**



Fuente: elaboración propia.



Figura 6. Porcentaje de hogares según canal principal de abastecimiento tipo de producto



Fuente: elaboración propia.



En particular, la prevalencia de los distintos canales de abastecimiento en los territorios nos permite delinear un continuo en la tradicionalidad-modernidad de los entornos alimentarios. En este sentido, la Figura 7 muestra el porcentaje de hogares que realizan compras en mercados, tiendas y supermercados, independientemente del tipo de producto que allí adquieran, y evidencia tres perfiles de territorios.

El primer perfil se asocia a la tradicionalidad en la adquisición de los alimentos en los territorios de Guatemala y el estado mexicano de Puebla, de entre los cuales el departamento guatemalteco de Alta Verapaz es el que más parece acercarse a un sistema alimentario tradicional. Así, en este territorio 90% de los hogares realiza compra de alimentos en mercados, siendo este el canal principal para la adquisición de todos los productos, excepto para los alimentos preparados o envasados, los cuales sólo son consumidos por el 64% de los hogares. La importancia de los supermercados, además, es baja en Alta Verapaz y sólo el 22% de los hogares reporta hacer algún tipo de compra en estos establecimientos. En Sacatepéquez y Puebla, la prevalencia de los mercados también se acerca a ser absoluta (87% y 79% de los hogares, respectivamente) y la presencia de los supermercados en las estrategias de los hogares es también baja.

El segundo perfil es representado por las provincias ecuatorianas de Guayas y los Ríos, el estado mexicano de Tabasco y el departamento colombiano de Nariño. En estos territorios, una importante mayoría de los hogares continúa realizando compras en mercados (entre 60% en Nariño y 76% en Guayas) aunque estos están ya lejos de una prevalencia prácticamente total como en el caso de Guatemala. Por otro lado, la expansión de los supermercados todavía no es total y una parte importante del abastecimiento se produce a través de tiendas. Así, el porcentaje de hogares que reporta realizar compras en supermercados oscila entre el 41% y el 50% y aquellos que se abastecen en tiendas, entre 47% y 60%.

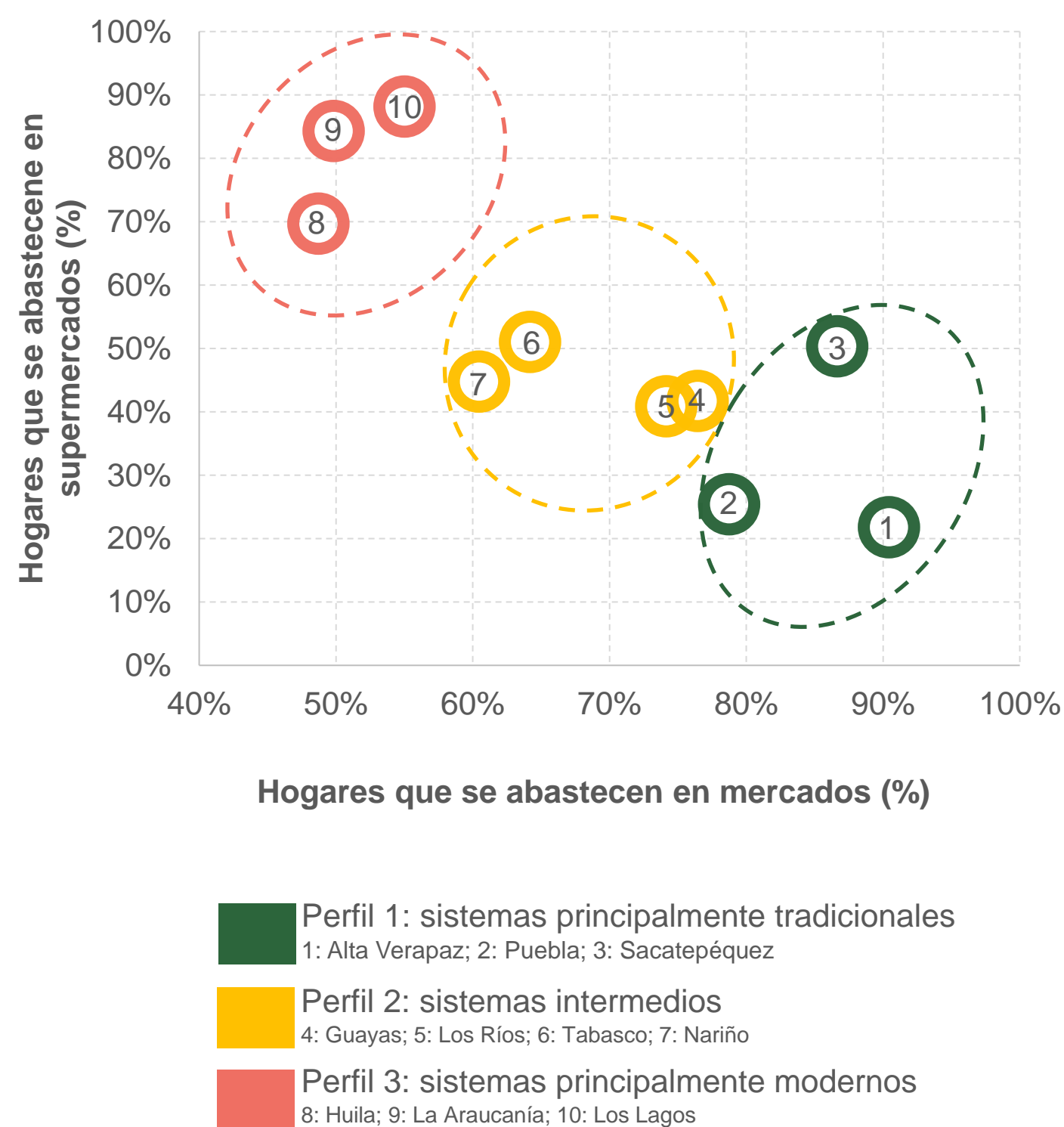
Finalmente, el contexto alimentario es considerablemente diferente en las regiones chilenas de La Araucanía y de Los Lagos, así como en el departamento colombiano del Huila. Aquí, se invierten las proporciones. Los mercados sólo atraen a aproximadamente la mitad de los hogares y las tiendas, al 40% de los hogares. Por el contrario, entre 70% y 88% de los hogares realizan compras de alimentos en supermercados.

Por lo tanto, como se observa en la Figura 7, pareciera darse una relación negativa entre la penetración de los supermercados y la importancia de los mercados locales, lo cual va en la dirección en explicar la configuración de los sistemas tradicionales y modernos descritos anteriormente. Ahora bien, una pregunta que es fundamental es sobre cuál será el papel de los impactos del COVID-19 en términos de acelerar la expansión de los supermercados o de incluso evitarla a partir de la preferencia por cadenas cortas, que tienen algunas ventajas, pero enfrentan un obstáculo fundamental por las medidas de bioseguridad que deben ser tomadas para evitar la propagación del contagio.

### La compra a domicilio: ¿hasta dónde ha llegado?

La compra a domicilio, como una forma de acercar los alimentos a los hogares, se ha extendido con fuerza como consecuencia de la pandemia. Los confinamientos registrados en los países de la región, que han generado limitaciones para la libre circulación de las personas mientras que este servicio estaba exceptuado en estas medidas, el temor al contagio y la preexistencia de tecnologías que lo posibilitasen han contribuido a esta expansión. Pero, ¿hasta dónde han llegado las compras a domicilio?

**Figura 7. Perfiles de entornos alimentarios con base en la prevalencia de supermercados y mercados**



Fuente: elaboración propia.

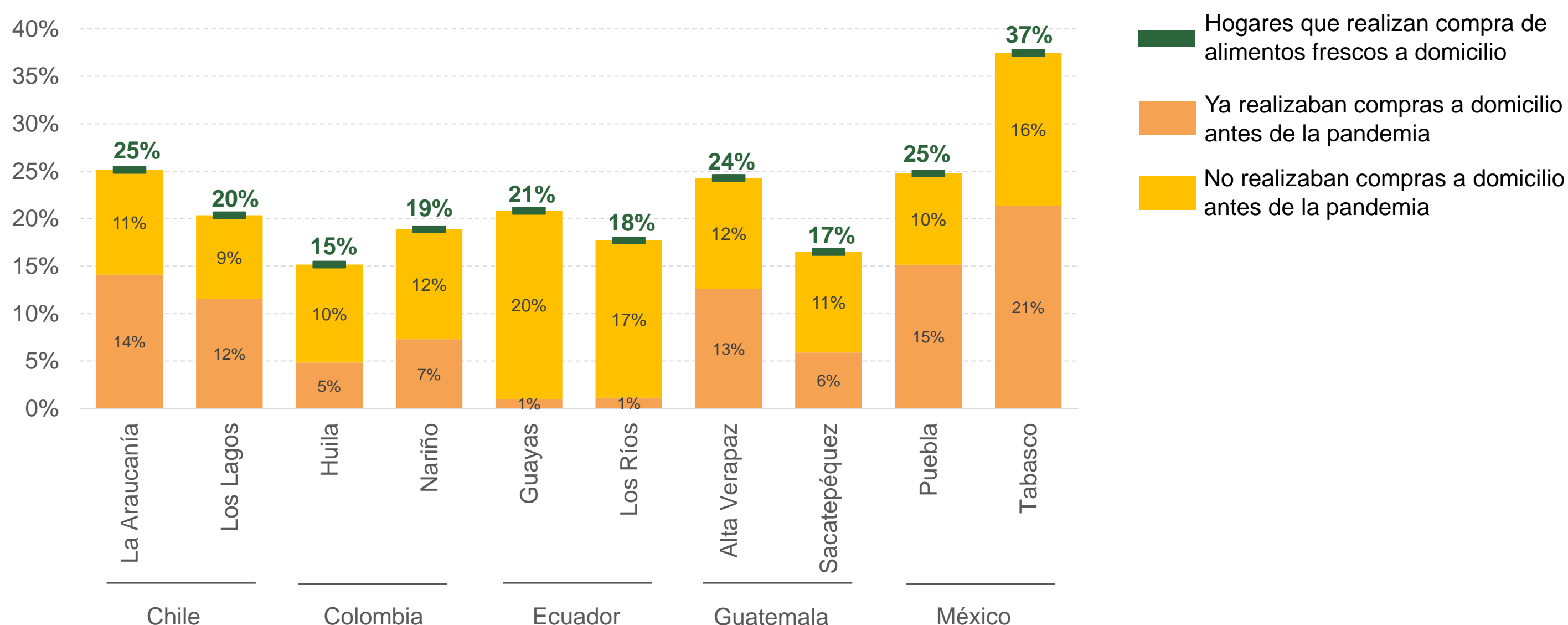
En este sentido, la Figura 8 muestra el porcentaje de hogares que han realizado compras de alimentos frescos a domicilio durante la pandemia. Es posible, además, dividirlos entre aquellos que ya hacían este tipo de compras antes de la pandemia y los que lo comenzaron a hacerlas durante la pandemia. Así, encontramos que el comercio a domicilio ha llegado a una notable proporción de los hogares: entre 15% y 37%, dependiendo del territorio que se considere. Resulta posible constatar el avance de esta modalidad de abastecimiento, ya que en casi todos los territorios la proporción de hogares que realizaron compras a domicilio, pero que no las habían realizado con anterioridad, ronda o supera el 50%. En este sentido, los territorios ecuatorianos de Guayas y Los Ríos llaman especialmente la atención dado que casi todos los hogares comenzaron a usar el domicilio durante la pandemia, es decir, se trata de un servicio prácticamente nuevo en los territorios. Mientras tanto, también es posible observar que en otros territorios como la Araucanía, Puebla y Los Lagos ya era un servicio presente en los años anteriores a la irrupción del COVID-19.

37%

de los hogares en el estado de Tabasco (México)  
realizaron compras de productos frescos a domicilio  
durante la pandemia



**Figura 7. Compra de alimentos frescos a domicilio durante la pandemia**



Fuente: elaboración propia.

La tendencia hacia una mayor compra de alimentos a domicilio resulta especialmente relevante toda vez que muestra potencial de reconfiguración del sistema agroalimentario, en este caso, entre dos polos opuestos. Es decir, cuando se estudia la relación entre las estrategias de abastecimiento y la compra de productos frescos a domicilio, se encuentra que este tipo de compra es más frecuente entre los hogares que realizan compras en supermercados y entre los hogares que adquieren productos frescos directamente de los productores, siendo esta relación estadísticamente significativa en los casos de México, Guatemala y Ecuador.

Estos resultados apuntan, una vez más, a una dualidad en los sistemas de abastecimiento, donde tanto el tradicional como el moderno, coexisten y conviven en distintas dimensiones dentro de los sistemas agroalimentarios de los territorios en América Latina. Más interesante aún, apunta a la capacidad de supermercados, pero también de los productores (quizá más que los mercados o las tiendas) a adaptarse a la nueva coyuntura. En relación a estos últimos, Barrionuevo et al. (2020) evidencian la capacidad de adaptación y de respuestas de las cadenas cortas y las redes de abastecimiento locales, las cuales han jugado un importante rol en el acceso a alimentos a nivel local, que al mismo tiempo han constituido una posibilidad de comercialización para los productores.

A partir de estos resultados, la pregunta obvia siguiente se relaciona con el futuro de estas tendencias: ¿se trata de un fenómeno puramente coyuntural o estamos ante una verdadera transformación de la manera en la que se abastecen los hogares? Si bien aún es pronto para responder la pregunta, no lo es para tomar todas aquellas medidas pertinentes que garanticen que los pequeños productores encuentran oportunidades en este posible escenario, lo que inevitablemente impone la necesidad de abordar la brecha digital, con todos sus componentes de conectividad, educación y acceso a dispositivos.

## Conclusiones

El estudio de la alimentación se ha complejizado en círculos tanto académicos como políticos. Si en algún momento la seguridad alimentaria se estimaba únicamente a través de la capacidad de los Estados para producir o importar un número determinado de calorías por habitante, actualmente se habla de la capacidad de las personas para producir o adquirir los alimentos sanos, nutritivos, suficientes y de acuerdo con sus preferencias, reconociendo la importancia del acceso económico, de la inocuidad y de los micro y macronutrientes, así como su sostenibilidad en el tiempo. También se ha avanzado en la complejidad con la que se mira al sistema agroalimentario. No es igual quién ni cómo ni dónde produzca los alimentos. No es irrelevante la manera en la que estos se transformen, se procesen o se almacenen. Y, como se apunta en este análisis de coyuntura, tampoco son evidentes los canales que los distribuyan.

La elección de uno u otro canal de abastecimiento es parte de las estrategias de los hogares para asegurar la alimentación de sus miembros. Así, es fundamental considerar tanto la disponibilidad y características de los canales de abastecimiento como las características de los hogares para entender estas decisiones, la manera en la que se han visto modificadas en respuesta a la pandemia y el impacto que tienen sobre la alimentación y sobre el resto del sistema agroalimentario. En este sentido, los resultados de la encuesta evidencian cambios complejos y reconfiguraciones producto de la pandemia y reflejan la diversidad de formas en la que esta ha impactado a cada uno de los hogares.

En la búsqueda de tendencias generales en los territorios, se encontraron cambios en las estrategias de abastecimiento hacia un mayor consumo en tiendas locales y hacia la proximidad, con reducciones de la compra en supermercados, pero también en mercados locales en algunos casos. No obstante, los mercados siguen siendo el canal principal de abastecimiento de frutas y verduras en prácticamente



la totalidad de los territorios y, en varios de ellos, también lo son para la adquisición de carne, pescado, legumbres y cereales. En su conjunto, los mercados y las tiendas canalizan, además, la mayor parte del abastecimiento de todos los alimentos frescos, a excepción de los territorios de La Araucanía, Los Lagos y Huila, donde la expansión de los supermercados ha llevado a estos establecimientos a canalizar una gran parte de la venta de carnes y pescados.

Así, pese a las notables diferencias entre los territorios en relación con la configuración de sus entornos alimentarios, los canales tradicionales de abastecimiento continúan siendo parte fundamental de la alimentación de los hogares latinoamericanos, especialmente en un contexto de crisis en que las restricciones de movilidad y la fuerte erosión del poder adquisitivo de los hogares han puesto en jaque la seguridad alimentaria de numerosos hogares (Cano, Albacete & Quesada, 2021). En la gestión de la crisis resulta, por lo tanto, vital asegurar el abastecimiento alimentario, no de una manera general, sino con la requerida consideración de la diversidad y características de los diferentes canales de distribución, así como del público al que sirven. Más allá, estas son consideraciones que deben ser parte esencial de cualquier intervención pública orientada a la mejora sostenible de la alimentación de la población, evitando la generación de desiertos y pantanos alimentarios y apostando por la resiliencia en el acceso de los hogares a los alimentos.

La organización de la distribución de alimentos, además, no sólo tiene implicaciones para la alimentación de los hogares: también las tienen para el resto del sistema agroalimentario, incluyendo a las y los productores. Muchas de las profundas transformaciones que venían experimentado los sistemas latinoamericanos están conectadas con nuevos hábitos de consumo y con la expansión de los supermercados y sus estrategias de suministro y articulación con otros actores. En este sentido, las nuevas tendencias que aparecen ahora en el contexto de pandemia también representan nuevas oportunidades para la generación de transformaciones en el resto del sistema agroalimentario.

Especialmente relevante es el espacio que se abre para la producción local por parte de la agricultura familiar, asociado a la búsqueda del comercio de cercanía con mayor producción propia en Chile, mayor compra a productores en Ecuador y mayor consumo en tiendas locales, así como al fuerte incremento en la compra de alimentos frescos a domicilio. Si bien la oportunidad de promoción de cadenas cortas y de vínculos urbano-rurales para mejorar la alimentación es grande y clara, esta también evidencia el desafío y la necesidad de abordar frontal y ágilmente la brecha digital y de conectividad que aflige a la población rural, así como mejorar el acceso de la agricultura familiar al financiamiento.

## Autores

Miguel Albacete – Investigador de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural

Camilo Quesada-Jiménez – Asistente de investigación de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural

Juan David Suaza – Pasante de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural

## Análisis de Coyuntura Siembra Desarrollo

Este Análisis de Coyuntura es parte del proyecto Pequeña Agricultura y Alimentación Resilientes al COVID-19, que cuenta con el apoyo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) de Canadá. La iniciativa, que se enfoca en los sistemas agroalimentarios de México, Guatemala, Colombia, Ecuador y Chile, busca comprender cómo el coronavirus ha afectado a la agricultura familiar y la seguridad alimentaria en los territorios urbano-rurales de América Latina y poder avanzar hacia sistemas agroalimentarios más sostenibles, inclusivos y resilientes.





## Referencias

- Barrionuevo, Ney; Albacete, Miguel; García, Daniela; Lindemann, Rafael y Quingaísa, Eugenia (2020). “Circuitos alternativos de comercialización en el marco de la crisis del COVID-19”. Serie Análisis de Coyuntura No 3, Rimisp.
- Cano, A.; Albacete, M.; y Quesada, C. (2021). “Inseguridad alimentaria en tiempos de COVID-19: Evidencia de ocho territorios latinoamericanos”. Serie Análisis de Coyuntura COVID-19 en América Latina. Santiago. Rimisp.
- D’Haese, M., Van den Berg, M., & Speelman, S. (2008). A Country-wide Study of Consumer Choice for an Emerging Supermarket Sector : A Case Study of Nicaragua. *Development Policy Review*, 26(5), 603–615
- Dolan, C., & Humphrey, J. (2000). Governance and Trade in Fresh Vegetables : The Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry Governance and Trade in Fresh Vegetables : The Impact of UK Supermarkets on the. *Journal of Development Studies*, 37(2), 147–176.
- FAO (2020). “Los canales tradicionales de abastecimiento de alimentos en la pandemia: sugerencias para su modernización”. Serie Sistema agroalimentario y los desafíos que trae el COVID-19. Santiago: FAO.
- FAO y CEPAL (2020). “Sistemas alimentarios y COVID-19 en América Latina y el Caribe: Actualización de los impactos y respuestas”. Boletín N°16. Santiago de Chile.
- FAO y FLAMA (2020). “Mercados mayoristas: Acción frente al COVID-19 – 09/10/2020. Boletín N°5”. Santiago: FAO.
- FAO y FLAMA (2020). “Mercados mayoristas: Acción frente al COVID-19 – 13/07/2020. Boletín N°3”. Santiago: FAO.
- FAO, OPS, WFP y UNICEF (2019). “Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe 2019”. Santiago.
- Farina, E. M. M. Q., Gutman, G. E., Lavarello, P. J., Nunes, R., & Reardon, T. (2005). Private and public milk standards in Argentina and Brazil. *Food Policy*, 30, 302–315.
- Figuié, M., & Moustier, P. (2009). Market appeal in an emerging economy: Supermarkets and poor consumers in Vietnam. *Food Policy*, 34(2), 210–217.
- Ghezán, G., Mateos, M., & Viteri, L. (2002). Impact of supermarkets and fast-food chains on horticulture supply chains in Argentina. *Development Policy Review*, 20(4), 389–408.
- Gómez, M. y Ricketts, K. (2013). “Food value chain transformation in developing countries: Selected hypotheses on nutritional implications”. *Food Policy* Vol. 42, 139-150.
- Guarín, A. (2013). The value of domestic supply chains: Producers, wholesalers, and urban consumers in Colombia. *Development Policy Review*, 31(5), 511–530.
- HLPE (2017). “La nutrición y los sistemas alimentarios. Un informe del Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición del Comité de Seguridad Alimentaria Mundial. Roma: HLPE
- Humphrey, J. (2007). The supermarket revolution in developing countries: Tidal wave or tough competitive struggle? *Journal of Economic Geography*, 7(4), 433–450.
- Intini, J., Jacq, E., Torres, D. (2019). “Transformar los sistemas alimentarios para alcanzar los ODS”. 2030. Alimentación, agricultura y desarrollo rural en América Latina y el Caribe N° 12. Santiago de Chile: FAO



## Referencias

- Leporati, Michel; Salcedo, Salomón; Jara, Bryon; Boero, Verónica, y Muñoz, Mariana (2014). “*La agricultura familiar en cifras*”. En Salcedo S., y Guzmán, L. (Eds). Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política. FAO. Santiago
- Minten, B. (2008). The Food Retail Revolution in Poor Countries : Is It Coming or Is It Over ? *Economic Development and Cultural Change*, 56(4), 767–789.
- Nielsen (2020). “*El Covid-19 afectará más a los consumidores de bajos ingresos en Latinoamérica*”.
- Reardon, T., Echevarria, R., Berdegú, J., Minten, B., Liverpool-Tasie, S., Tschirley, D., y Zilberman, D. (2019). “*Rapid transformation of food systems in developing regions: Highlighting the role of agricultural research & innovations*”. *Agricultural Systems*, 172, 47-59.
- Reardon, T., Barrett, C., Berdegú, J. y Swinnen, J. (2009). “*Agrifood Industry Transformation and Small farmers in Developing Countries*”. *World Development* Vol. 37(11) pp.1717-1727
- Berdegú, J. A., Balsevich, F., Flores, L., & Reardon, T. (2005). Central American supermarkets’ private standards of quality and safety in procurement of fresh fruits and vegetables. *Food Policy*, 30, 254–269
- Reardon, T. y Berdegú, J. (2002). “*The rapid rise of supermarkets in Latin America: Challenges and opportunities for development*”. *Development Policy Review*, 20(4), 317-334.

